

# 治顽疾 7名的士司机执照吊销

## 浦东龙阳路地区出租车投诉量下降七成

**本报讯**（记者 张欣平 通讯员 陈晓晨）浦东新区龙阳路交通枢纽地区自去年来一直处于整修期，一些不法出租车驾驶员挑客拒载、恶意宰客、站内“黄牛拉客”等乱象时有发生。市交通执法总队联合浦东新区交通运政稽查大队，采取“精确打击、定点清除”的方式，有效铲除该地区出租行业“毒瘤”。据统计，2013年11月专项整治至今，该地区出租行业信访投诉量稳步下降，月平均投诉为35.7件，较整治前月均投诉122件下降了70%。

一辆牌号为沪EW6351的出租车，它的两名驾驶员董某和潘某，在短短一个月内，分

别因“未按照规定操作计价器，多收费一倍以上”和“利用其他手段舞弊计价器，情节严重”，被市交通执法总队查处。其中，董某在龙阳路地铁站搭载三名外籍乘客至肇嘉浜路陕西南路，收取车资人民币220元，而该笔业务正常车资仅为40元左右。潘某被执法人员查出安装计价器舞弊装置，其对使用计价器舞弊装置多收车费的行为也供认不讳。

市交通执法总队对上述两名驾驶员均处以吊销准营证的行政处罚，并对该车辆所属出租企业负责人进行了沟通，要求进一步加强内部管理，提高服务质量。如果该企业一个

月内违法率超过4%，则将对其进行正式约谈，并通报全行业。

一方面，执法部门对出租车拒载、绕道、多收费、不遵守站点秩序等违法行为开展高强度整治，共计查处龙阳路区域出租行业各类违法行为42起，有7名当事驾驶员被处以吊销准营证的行政处罚，起到极大震慑作用；另一方面，执法部门从源头上加强管控，与龙阳路磁悬浮物业管理公司沟通协调后，在龙阳路地铁站4个出口处放置“出租车乘车提示”易拉宝，提示乘客从龙阳路出发到市内各大酒店、景点、商圈的大致里程和车资费用，

让广大乘客特别是首次来沪的外国或外地乘客能够“心中有数”，也让不法“黑车”司机或不良出租车驾驶员“心存忌惮”。

目前，龙阳路站点周边出租车候客秩序已较去年有较大改善，但由于龙阳路地铁站点改造尚未完工，且出租车候客处标志牌有所缺失，龙阳路站点到出租车停靠点的道路障碍物过多等因素，站点内出租车候客秩序仍有待进一步加强。市交通执法总队将继续配合属地执法管理部门，保持对龙阳路地区高压整治态势，以确保该区域交通秩序的平稳、有序。

## 本市部署兵役执法检查

**本报讯**（记者 江跃中）今天上午，上海市人民政府征兵办公室发布通告，部署本市2014年兵役执法检查事项。根据《中华人民共和国兵役法》、《征兵工作条例》和《上海市征兵工作条例》及其他有关规定，全市各级兵役执法部门将于4月至5月对本市范围内公民、法人和其他组织贯彻执行兵役法律法规情况实施检查。

通告称，4月15日前，区（县）征兵办、乡（镇、街道）武装会同有关部门组织区域内法人和其他组织完成自查；4月30日前，区（县）征兵办完成普查；5月15日前，市征兵

办会同有关部门组织完成抽查。

通告指出，凡在本市范围内注册或生产经营的法人和其他组织，必须安排专人按照要求填报《法人和其他组织执行兵役法规自查情况报告表》。具体方法为：单位承办人接收、填报注册地或生产经营地区（县）征兵办或乡（镇、街道）武装部发放的表格，或登录“上海征兵”门户网站（网址：zbb.sh.gov.cn）下载表格并填报，由本单位法定代表人（负责人）亲笔签名、加盖本单位公章后，于4月15日前寄送报注册地或生产经营地区（县）征兵办或乡（镇、街道）武装部，并复印存档。

## “上海手机报”品牌统一启动

**本报讯** 昨日起，由上海报业集团出品的移动互联网媒体产品集群将启动品牌统一行动，旗下i-news、i生活、财经365、每日资讯、便民短信、wap、客户端等手机产品将更名为“上海手机报”系列。

“上海手机报”产品创办8年，日均达到150万上海用户，是上海地区用户认可度最高的手机报品牌。“上海手机报-财经天下”主打专业财经资讯，积累了一批关注金融和资本市场的高质量用户。“上海手机报-i生活”主打生活服务类，和民生休戚相关，用上海的味道、都市的气息吸引您。

更名只是上海手机报发展战略的第一步，还有精细化运营平台、单个用户的个性化定制、社区版手机报等……内容更上海，更专注，更新鲜，突发新闻即时发送，优选资讯第一时间新鲜送达您手中。正如一位用户在互动后台的留言：“谢谢上海手机报陪我一起见证每一年的波澜壮阔。”

此外，今年上海报业集团已经启动垂直化与本地化的手机报创新战略，观察法律行业动态的“上海法治声音”，聚焦新生代年轻人婚恋的“幸福志”，搭建交流平台征集爱心行动的“一起做公益”都已正式上线运营。

# 信心源于品质 可持续发展源于企业责任

随着我国经济发展和人民生活水平的提高，婴幼儿奶粉已日益成为广大婴幼儿的必需主食。近年来，婴幼儿奶粉质量安全总体水平不断提升，但消费者对国产奶粉的信心仍有待增强。婴幼儿奶粉的质量安全，既是重大民生问题，也是重大的经济社会问题。要把提升婴幼儿奶粉质量安全水平作为突破口，把优质国产品牌树起来，使消费者的信心提起来，这是所有奶粉企业的职责所在。

为了全面推动伊利的“全球织网”海外战略，自2013年起，伊利先后在新西兰投资奶粉项目、与美国最大的牛奶公司DFA达成战略合作、与意大利斯嘉达达成战略合作。从产能扩张到科研深化，作为“全球织网”计划的关键一步，今年2月，伊利与欧洲生命科学领域的顶尖学府——荷兰瓦赫宁根大学，联手成立伊利欧洲研发中心。该研发中心将把重点放在奶牛养殖、乳品研发及食品安全三大领域。纽约时代广场大屏播报了该欧洲研发中心的成立。这是半年来伊利第二次出现在纽约时代广场大屏上。此前伊利受邀出席在日本横滨举行的“2013年IDF世界乳业峰会”，登上了纽约时代广场。

### 市场信心源于品质构建

在一份第三方检测机构对国产奶粉的抽样检测报告中显示，抽检样品的25个品牌中，包含国内生产的国内品牌13个、国内生产的国外品牌3个。受检的这16个国产奶粉品牌的主要营养指标、微生物指标、矿物质指标等20项指标均符合标准要求，而且实际检测数值都非常好。

国产奶粉能在严苛的质量抽检中得到认可，得益于对产品质量的严格管控。在这方面，许多国产品牌奶粉企业都给予了格外的重视。以

伊利奶粉为例，目前，伊利以ISO9001质量管理体系为主线，已经形成了“四标一体”综合管理体系运行机制，率先通过了HACCP（危害分析与关键控制点）认证。近年来，伊利累计投入5亿多元，配置各类精密检测仪器1100台，监测能力达到国际先进水平。值得一提的是，前不久国务院常务会议提出的按照严格的药品管理办法监管婴幼儿奶粉质量这一要求，早已在一些大型奶粉生产企业的生产过程中得到了严格的执行。截至2014年2月，伊利集团目前涵盖原料奶、原辅材料及各类产品检验共计1114项，其中原料奶检验133项，超出国标的116项；原辅材料及各类产品检验981项，超出国标248项。

国内乳品专家认为，因为地域、民族、环境、种族、膳食结构、生活习惯的不同，而逐渐形成了不同的基因种群，并决定了他们从外界摄取营养元素的多样性和复杂性，而产生各自民族独特的饮食文化，婴儿食用其他种群的配方食品将产生营养吸收偏颇的情况。事实上，中国乳企一直在进行婴幼儿配方奶粉的研制，力争为中国宝宝提供最合理的膳食。而伊利奶粉早在2010年，就率先成立了国内真正建立在母乳数据研究基础上的母婴营养研究机构——伊利母婴营养研究中心，旨在为中国宝宝提供最适合自己的优质营养，在此基础上为中国宝宝定制专家级、专业级、专属级的营养食品。



质量过关、价格亲民、适合中国宝宝，国产奶粉在各方面都满足了消费需求，但人们仍然对国产奶粉没有建立起足够的信心，除了消费心理对于进口产品的“迷信”这一固有的定势之外，也与国内奶粉企业对自身质量、安全品质的传播不足不无关系。国内一些奶粉企业，其实已经向消费者乃至各界人士打开工厂的大门，让人们亲身感受国产奶粉的生产过程，亲眼见证企业在奶粉质量管控方面的严苛程度，用产品品质的号召力帮助消费者重拾信心。其中，伊利奶粉的“同是父母心 见证好品质——伊利品质鉴证之旅”，可称值得业界效仿的范例。

### 打造可持续发展的民族品牌

除了品质的保证，每一家企业

的发展道路上都会有这样一笔——履行社会责任。伊利奶粉就是这个大家族的一员，多年来，伊利奶粉践行在公益道路上，为社会各行各业持续送去温暖。

2011年，伊利集团从众多的乳制品企业中脱颖而出，成为内蒙古自治区、呼和浩特市两级政府“一杯奶”生育关怀行动中唯一乳制品专供企业。2012年11月，伊利奶粉事业部为新疆乌苏四胞胎捐献0-3岁成长各阶段所需的奶粉，融融的温情驱散寒冷阴霾，伊利用关爱和奉献在践行公益的道路上踏下又一个坚实的脚印。伊利奶粉的公益活动遍布各个角落，伊利多次走进打工子女学校和贫困小学，为他们捐赠牛奶、图书、课桌椅等物品；组织开展伊利集团员工子女与呼和浩特

市多所小学的学生“手拉手”活动。多年来，伊利集团累计投入公益事业近8亿元。伊利以一颗父母心，关注每个中国宝宝的健康成长，并尽自己的一份努力，为千万中国家庭营造更加温暖幸福的社会氛围。

无论是在自然灾害面前，还是在关注母婴健康面前，伊利奶粉都践行了自己身上的社会责任。2003年5月19日，由伊利奶粉母婴营养研究中心主办的“关注每一滴母爱，科学母爱公益行”大全国科普巡回公益活动在京正式启动，该活动旨在使消费者更加直观、详细地了解母乳相关知识，树立科学的母乳喂养观念。

同年7月22日7时45分，中国甘肃发生里氏6.6级地震，地震牵动着全国人民的心。各地企业纷纷展开了灾区救援行动，伊利奶粉在第一时间启动应急预案，以最快的速度赶往灾区，为受灾群众输送救灾物品。伊利奶粉的快速救助在这次抗震救灾中发挥了巨大作用，成为灾害发生后响应速度最快、对救灾的帮助最有效的企业之一。此后，受“菲特”台风带来的强降雨影响，浙江余姚受灾严重，城区超70%地区被淹没。伊利奶粉在获悉余姚灾情发生后，第一时间紧急调拨3000罐伊利金领冠婴幼儿奶粉运往灾区，为余姚婴幼儿送去口粮。

伊利每一次都在第一时间向有需要的同胞伸出了援助之手。同时，为实现绿色、健康、可持续发展的目标，继2010年服务上海世博会后，伊利将再次服务世博会，成为“2015年意大利米兰世博会中国国家馆全球合作伙伴”。对于伊利而言，自觉担负起社会责任，用公益之灯照亮其品牌前行的路，用公益的力量为万千消费者打造一个值得信赖的民族品牌。

张筱琳